

¿Hubiera Isaac Asimov, Carl Sagan o Jacques Cousteau creado blogs para hacer divulgación científica?

Victoriano Garza-Almanza

@publicaoperece | publicaoperece.com | vgarza@uacj.mx

No únicamente Isaac Asimov, Carl Sagan y Jacques Cousteau. Seguramente también lo hubieran hecho otros científicos y divulgadores de la ciencia, como Paul de Kruif, Rachel Carson, George Gamow o Thor Heyerdahl, quienes difundirían sus pensamientos sobre el espacio, el mar, la biodiversidad, la contaminación ambiental y cualquier otra cosa que se les viniera a la cabeza, utilizando la omnipresencia del internet. Lo harían no únicamente escribiendo sus propios blogs, también tuiteando a cada momento sus ocurrencias, como lo hace el presidente Trump, compartiendo ideas y hasta charlando con sus seguidores a través de Facebook, o produciendo videos para YouTube, entre otras cosas.

Ninguno de ellos desperdiciaría la oportunidad que ofrece internet de llegar a una audiencia infinitamente superior a la que tuvieron en su tiempo, de emitir opiniones sobre asuntos de su personal interés o de contribuir en el diálogo ciencia-ambiente-sociedad, y, mucho menos, alfabetizar científica y ambientalmente a sus lectores e influir en una mayor cantidad de personas de lejanos lugares.

Pero, ¿por qué un blog? Porque, desde su origen, esta plataforma de comunicación electrónica fue concebida como una especie de pizarrón digital donde los lectores participaban en una conversación a 2 o 1000 voces, sobre el cual, literalmente, escribían y pegaban post con sus dudas y considerandos, y recibían retroalimentación.

Las formas de utilizar el blog han evolucionado en 20 años, desde la época en que comenzó, pero se conservó la idea de que se trataba de una bitácora, de un diario de trabajo o apuntador de ideas donde el administrador, mejor conocido como ‘bloguero’ (blogger), escribía y hacía públicas sus reflexiones.

Por lo regular, los científicos que escriben blogs de ciencia o ambiente lo hacen de manera altruista; es una actividad pro bono donde se comparte la pasión por alguna disciplina científica, el ambiente, el cambio climático, o cualquier cosa a la que el bloguero esté apegado.

Es tal la manera en cómo se han instalado los blogs en la comunicación profesional, empresarial, política, educativa, religiosa, y hasta personal, que en el ámbito académico ya no sólo se le considera un “sitio web”, como lo define la Real Academia de la Lengua, sino que al producto escrito del blog se le tiene ya como un *género literario*.

Según Swales (1990), Duff (2000), Myers (2010) y otros, "el término *género* es ampliamente aceptado como una clase de textos que comparten características y/o propósitos retóricos"; y el blog, afirma Schlueter (2012), cumple con todo para ser aceptado ya como un maduro género de escritura.

Los blogs van más allá de ser un sitio donde el bloguero publica libremente, sin restricciones de ninguna clase, sus supuestos sobre algún tema; también puede contener enlaces a otras páginas, videos, podcasts, contacto directo con el autor, y, entre otras cosas, puede ser actualizado cada hora o cada día o cuando le plazca al responsable, y se puede medir el tráfico de los lectores.

El potencial de un blog puede ser tan grande como la habilidad y el entusiasmo del bloguero. Algunos se convierten en un nicho de negocio; por caso, el blog de Arianna Huffington que surgió en 2005 con la publicación de un comentario de Arthur Schlesinger Jr. y que devino en una importante plataforma que contiene blogs especializados y difunde noticias a través del Huffington Post (http://huffingtonpost.com/).

TechCrunch es un blog acerca de las start-ups dotcom de Silicon Valley (https://techcrunch.com/). Ofrece noticias que constantemente están surgiendo en el ramo de esta tecnología, análisis y opiniones de expertos.

Seth Godin es un bloguero famoso, empresario y escritor que fundó su blog en enero de 2002 y que, desde entonces hasta la fecha, no ha tenido un solo día sin un post (http://sethgodin.com/). ¡Un auténtico diario! Su blog es uno de los más importantes pilares de sus negocios, que incluyen consultorías, seminarios, conferencias, cursos, y libros.

En el mundo académico y científico en español, especialmente en México y el resto de Latinoamérica, casi no hay blogueros de ciencia y ambiente. Principalmente porque los profesores universitarios están ocupados en enseñar, investigar, asesorar tesistas, escribir artículos, dar conferencias, y buscar financiamiento para sus proyectos, entre otros deberes. Y cuando se les plantea la posibilidad de bloguear, no dejan de preguntarse qué ganarían con crear y mantener activo un blog, sobre todo porque los blogs no son reconocidos como académicamente válidos por entidad certificadora alguna; y si no les redituará en las periódicas evaluaciones docentes o científicas, como es el caso, difícilmente lo harán motu proprio.

"Si te gusta pensar acerca de ti mismo como una persona dadivosa, dice Christie Wilcox en 'Science blogging' (Yale, 2016), bloguear será lo tuyo. ¿Qué mejor forma de compartir tu pasión y amor por la ciencia con el resto del mundo? Y la verdad es que el resto del mundo lo necesita".

Duff, D. 2000. *Modern genre theory*. UK: Longman Pub

Myers, G. 2010. *The discourse of blogs and wikis*. UK: Continuum Int Pub

Schlueter JL. 2012. *Blogging as a mature writing genre: An analysis of formal, organizational and rhetorical features in Blogger and WordPress blog*. Thesis. US: Northern Illinois University

Swales, J. M. 1990. *Genre Analysis: English in academic and research settings*. New York: Cambridge University Press

Wilcox Ch et al. 2016. *Science blogging: The essential guide*. US: Yale University

Adaptado de la columna Publica o Perece. Artículo titulado "Hubiera Isaac Asimov creado un blog de ciencia", publicado originalmente en la Sección Aula de El Diario NTR Guadalajara. 30/V/2016.